

**EXPERIÊNCIAS NO SETOR DE A&B NA ORLA DE ATALAIA: DO OCEANÁRIO
AO MONUMENTO DA NACIONALIDADE COMO OPÇÕES DE ESCOLHA AO
TURISTA**

Vinícius Moisés Rodrigues Semião
Universidade Federal de Sergipe
Aluno do Curso de Turismo da UFS
viniciusmoises33@yahoo.com

Terezinha de Jesus Pereira de Menezes
Universidade Federal de Sergipe
Aluna do Curso de Turismo da UFS
tere-zinha@bol.com.br

Lillian Maria de Mesquita Alexandre
Universidade Federal de Sergipe
Professora do Curso de Turismo da UFS
Pesquisadora do ANTUR – Grupo de Pesquisa em Antropologia e Turismo,
lillian_mesquita@hotmail.com

Resumo

Entendendo que a prática da alimentação é algo inerente ao ser humano e que ao longo dos anos, isso passou a ser utilizado também como atrativo turístico, o estudo teve como objetivo identificar os principais empreendimentos turísticos escolhidos pelos turistas e visitantes no trecho do Oceanário ao Monumento da Nacionalidade na orla de atalaia, além de identificar o cardápio e tipo de serviço apresentado pelos principais. A pesquisa foi uma atividade realizada na disciplina de Gestão de A&B dos alunos do Curso de Turismo da UFS, 2º período, através de entrevista semiestruturada, turistas e visitantes foram interpelados para indicarem suas opções, assim como, os gestores dos empreendimentos perguntados sobre tipo de cardápio e perfil do empreendimento. Algumas considerações foram pontuadas no porque da escolha, e alguns foram o custo, a localização e a oferta de serviços diferenciados.

Palavras-chave: Gastronomia, Orla, Turismo, Visitante.

Abstract

Understanding that the practice of feeding is something inherent in human beings and that over the years, it began to be used also as a tourist attraction, the study aimed to identify the main tourist developments chosen by tourists and visitors in the stretch of the Oceanarium Monument Nationality of the watchtower on the edge, and identify the type of menu and service presented by major. The research was an activity performed in the discipline Management A & B of the students of Tourism UFS, 2nd period, where through semi-structured interviews, tourists and visitors were challenged to indicate your options, as well as the managers asked developments on type menu and the project profile. Some considerations were scored because of the choice, and some were the cost, location and offer differentiated services.

Keywords: Food, Orla, Tourism, Guest.

1. Introdução

O Produto Turístico difere dos outros produtos industrializados e de comércio nos elementos e percepções intangíveis, sendo sentido pelo consumidor como experiência, ou seja, o turista percebe o produto desde o momento em que ele sai de sua casa para viajar, até o seu retorno.

Esses elementos tangíveis que são os bens, os recursos, a infraestrutura, os equipamentos e os elementos intangíveis, que são os serviços, a gestão, a imagem da marca e o preço, devem ser considerados e percebidos no processo de fomento do turismo local. (CASCUDO, 2004)

Entender a importância da possibilidade de formação de um produto turístico diferenciado é uma estratégia interessante do ponto de vista competitivo, uma vez que os destinos devem apresentar atrativos diferentes dos usuais “Praia e Sol” priorizados nos pacotes das empresas de turismo.

Assim, a gastronomia pode ser um produto turístico interessante porque ela é ofertada ao consumidor turista em forma de um serviço que satisfaz a necessidade do cliente e faz parte do processo turístico.

E no contexto de estar esta gastronomia organizada para atender a diversos tipos de turistas, faz com que o produto turístico seja ainda mais festejado pelo turista, pois, a alimentação é um ato de necessidade básica do turista.

A metodologia baseou-se na pesquisa exploratória, pois esta, segundo DENCKER (1998, p. 45):

Procura aprimorar ideias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares. As formas mais comuns de apresentação das pesquisas são a bibliográfica e o estudo de caso.

A pesquisa teve como proposta identificar o setor de A&B na Orla de Atalaia, principal equipamento turístico da Aracaju, onde estão localizados os serviços turísticos, o parque hoteleiro de Aracaju, além dos diversos atrativos, desde o natural até o cultural.

Ela foi desenvolvida utilizando-se entrevista semiestruturada com dez questões, com o intuito de identificar o perfil do empreendimento, aonde foi possível perceber o que pode ser caracterizado como gastronomia Sergipana, pontuando aí a identidade e o que é a necessidade do turista, no sentido das diversas opções.

O trecho pesquisado foi entre o Oceanário e o Monumento da Nacionalidade, por entender que existiam opções diversificadas de empreendimentos e que foi possível perceber a demanda turística importante também, para a pesquisa.

O resultado da pesquisa foi apresentada em formato de blog, com o endereço: <http://www.turismo791.blogspot.com.br/>, pois o sentido de pesquisar não deve ser apenas o de obter os dados, mas também, proporcionar alguma informação mais pontual com base na pesquisa para a comunidade.

2. Um breve relato da história da gastronomia no contexto histórico-cultural

Desde sua existência, o homem se alimenta a partir de suas necessidades biológicas e para manter um estado físico viável para a sua manutenção na rotina diária do trabalho. Tendo a alimentação como fator determinante de sua existência, coube a este, portanto, torná-la mais agradável e assim foi surgindo novos experimentos e tornando a culinária mais sofisticada.

Começa a serem adicionados na culinária novos sabores (temperos e fragrâncias), além de costumes, como horário, local e utensílios para refeição, promovendo assim, uma apresentação da cultura de um povo, onde tudo que o envolve passa a estar relacionado. Com a evolução desta atividade, a culinária passou a se desenvolver dentro de parâmetros científicos que visavam equilibrar sabores e ingredientes, surgindo a gastronomia.

A história da gastronomia no Brasil começa com a vinda da Família Real Portuguesa que trouxe para o país novos ingredientes e molhos. A cozinha brasileira desenvolveu-se, durante mais de três séculos, com características portuguesas e influência dos nativos e negros. Somente a partir do século XIX com a ampliação do comércio internacional, passou-se a importar vinhos, cervejas, conservas, queijos, novas frutas, licores, chás, chocolates e grande influência da cozinha francesa e inglesa. Surgiam então, os primeiros restaurantes italianos e franceses. Os italianos tiveram grandes influências na nossa culinária, incorporando ao nosso dia a dia massas de todos os tipos, como pizzas e pães, comidas bastante consumidas no Brasil. (CASCUDO, 2004, p. 28)

O Brasil é um país que apresenta diferenças climáticas e geográficas importantes, sendo a gastronomia tão diversificada quanto o seu povo, pois existem diversas etnias como o europeu, o africano e os nativos aborígenes, só poderia haver como legado cultural uma culinária rica em cores e sabores, desse modo, a Gastronomia Turística é bastante interessante e significativa, de tal maneira que a culinária passou a ser tratada como patrimônio cultural,

tendo uma participação expressiva na economia em diversas regiões no mundo. (ROCHA, 2003, p.90)

Algumas regiões do país percebem a importância de difundir a identidade gastronômica como produto turístico distinto. Pois, é um setor que vem crescendo cada vez mais e que atrai diversos turistas a fim de conhecer pratos diferentes, típicos da localidade e apreciando sua cultura.

A gastronomia está ganhando cada vez mais importância como produto cultural do turismo e as motivações são as mais diversas, desde a busca pelo prazer na alimentação associada ao ato de viajar, como a busca pelas raízes culinárias e a forma de entender, através dela, a cultura do lugar em que se está visitando.

Assim, o Nordeste, uma região dotada de culturas devido ao cruzamento dos povos, traz uma gama de sabores associados ao sentido e o ato de viajar encontra aspectos atraentes e motivam o turista a descobrir também a sua culinária.

Alagoas possui como principais elementos gastronômicos aqueles herdados dos povos indígenas e africanos iguarias como batata doce, tapioca, carne do sol, inhame, massa puba, arroz doce etc. Na Bahia, o caruru, o acarajé, o bobó, o mungunzá entre outros. O Ceará, a paçoca, a carne do sol, a macaxeira e o baião-de-dois. No Maranhão, o primeiro estado a cultivar o arroz trazido pelos europeus, apresenta pratos com essa base, despertando a curiosidade do seu visitante, (o arroz de toucinho, arroz de jaçanã, arroz de camarão etc). Na Paraíba, temos peixes, camarões e lagostas. Em Pernambuco, podemos encontrar o *chambaril*, macaxeira com charque e mão de vaca. No Piauí, como principais pratos estão, o capote, capiau, arroz de forno com galinha da angola. Já no Rio Grande do Norte, o camarão ao coco com arroz, ensopado de ostras, peixe frito etc. (ARAÚJO, 2005).

Chegamos a Sergipe, que dos índios herdaram o gosto por raízes como a macaxeira e o inhame, além disso, temos o amendoim cozido, a bolachinha de goma, manauê, sôroio, a queijada, o pé de moleque, o beijú entre muitos outros. A presença dos pescados e frutos do mar é forte e marcante, sendo representada principalmente pelo guaiamum, arraia servida com leite de coco, ensopada e como moqueca. (ARAÚJO, 2005)

Percebendo assim, o potencial da gastronomia no setor turístico em muitas regiões no Brasil, torna-se indispensável o acréscimo do estado de Sergipe nesta direção, pois o Estado tem muito a se desenvolver no setor gastronômico e isso requer esforços dos atores envolvidos, além do poder público, a empresa privada e a própria comunidade, que juntos podem desenvolver e valorizar a sua identidade gastronômica. Se a gastronomia for

trabalhada e valorizada em Sergipe, poderá haver grande importância para o turismo do Estado, no sentido de promover a divulgação e valorização da identidade gastronômica e cultural, identidade esta que muitas vezes é esquecida pelos atores envolvidos, favorecendo também, ao resgate de antigas tradições.

3. Alicerces entre o turismo, a cultura e a identidade

Desde a origem do turismo, com o *grand tour*, até os dias atuais, a cultura continua sendo uma das principais motivações de uma viagem, tanto para conhecer os costumes, gastronomia e tradições, como buscar informações científicas acerca da cultura do “outro”.

O Turismo como atividade que promove interações sociais, procura desenvolver a cultura local, divulgando através dos diversos setores turísticos a identidade de um povo, incluindo aí, a gastronomia.

Martins (2003, p. 45), entende a identidade como “conjunto de caracteres próprios e exclusivos com os quais se podem diferenciar pessoas, animais, plantas e objetos, quer diante do conjunto das diversidades, como diante de seus semelhantes”.

Identidade cultural são características de um povo que os diferenciam de outros povos. Podemos incluir como símbolos da identidade cultural os costumes, tradições, histórias, vivências, manifestações folclóricas dentre outras coisas que compõe uma sociedade.

É possível identificar na gastronomia um produto diferenciado, onde, incluindo o regionalismo com outros aspectos turísticos, seja possível consolidar um produto diferenciado.

Ao lado dos recursos naturais, a diversidade brasileira tem sido bem vista pelos governos e pela sociedade como patrimônio do país, que significa para o turismo a estruturação de novos produtos diferenciados. Isso faz com que o turismo seja uma atividade capaz de promover e valorizar a nossa cultura. Através de iniciativas de implementação de políticas públicas de turismo podem ser resgatadas, antes esquecidas, práticas culturais.

Assim, perceber no contexto cultural a importância da identidade como produto, pode ser uma estratégia para as localidades turísticas ou com vocação, e a gastronomia um recurso para representar esta identidade.

O valor simbólico da gastronomia deve-se a, pelo menos, três motivos. Primeiro, ao vínculo emocional e identitário que acompanha os hábitos alimentares. Gimenes (2006) recorda que a experiência com o alimento resulta em uma memória firmemente instalada.

As representações alimentares marcam as mentes e não se apagam com facilidade. Daí a dificuldade em transformar ou modificar hábitos de consumo e preferências. Segundo, a relação com o alimento não se esgota apenas nas necessidades de sobrevivência. A comida manifesta história, crenças e valores (CORNER, 2006). Os saberes culinários são produtos de longo processo de construção e de reconstrução. A produção do alimento, a seleção dos ingredientes que podem ou devem ser consumidos, a valorização de certos pratos em detrimento de outros revelam e resumem a cultura do local.

Além disso, a cozinha também representa o espírito criativo de um povo. Bizzocchi (2003) afirma que as atividades culturais são capazes de produzir impressões estéticas. A gastronomia, segundo esse conceito, equivaleria a uma linguagem artística, com códigos e estruturas textuais próprias.

Terceiro motivo, a oferta de serviços gastronômicos cria oportunidades para os que buscam distinção social e reconhecimento público. Oliveira (2007) lembra que os restaurantes de elite, há muito, estão associados a status e prestígio. Estilos de vida contemporâneos colocam em destaque indivíduos identificados com a modernidade e o bem viver. Saber cozinhar e conhecer vinhos, por exemplo, resulta quase sempre na admiração de parentes e amigos próximos.

Assim, a comida do lugar é um atrativo turístico e como tal passa a ser disputado pelo turista, que busca uma série de elementos para a sua escolha, como custo, cardápio, aparência do lugar, proximidade da sua hospedagem, por exemplo, e isso influencia também, na percepção do destino.

4. A experiência como instrumento de escolha: a Orla de Atalaia como elemento de escolha

Partindo então, da análise da pesquisa, conseguimos identificar alguns empreendimentos no trecho entre o Oceanário e o Monumento da Nacionalidade, um total de 20 empreendimentos de diversas modalidades e características, sendo pesquisados pontualmente, cinco, sendo eles Cantina D'Itália (cozinha italiana, foto 4), O Dragão (cozinha

chinesa e japonesa, foto 2), Grelhados Aracaju Praia Hotel (culinária regional), Gralha Azul (churrasco, foto 1) e Pitu com Pirão da Eliane (cozinha baseada em frutos do mar, foto 3).



Foto 1 e 2: Fachada Restaurante Gralha Azul e O Dragão (SEMIÃO, 2014)



Foto 3 e 4: Fachada Restaurante Pitu da Eliane e Cantina D'Itália (SEMIÃO, 2014)

Cada empreendimento pesquisado apresentou uma característica pontual no sentido da oferta de serviço e isso faz com que o turista possa escolher e ter opção uma alimentação diferenciada, o que faz com que a Orla, especificamente, o trecho pesquisado, possa ter sua demanda aumentada, principalmente, quando em períodos de promoções e alta temporada.

Como a alimentação é, segundo Schluter (2003, p. 13), “um processo consciente e voluntário que se ajusta a diferentes normas segundo cada cultural, e no qual o ser humano é socializado desde o seu nascimento”, a escolha parte não só da oferta, mas da vontade do indivíduo, que pode ser pelo interesse em conhecer a cultura do lugar através da alimentação, ou simplesmente, manter aquilo que já se conhece, para evitar desencontros no paladar, como vemos a diversidade nas fotos 5, 6 e 7 a seguir.



Foto 5, 6 e 7: Cardápios O Dragão, Pitú da Eliane e Cantina D'Itália (SEMIÃO, 2014)

Na pesquisa foi possível identificar alguns elementos bastante interessantes, como o perfil dos cardápios, a estrutura dos buffets, o acesso, a distribuição dos atrativos adicionais, e etc., como é possível visualizar nas Fotos 8 e 9 abaixo.



Foto 8 e 9: Buffet Restaurante Galha Azul e Grelhados Aracaju Praia Hotel (SEMIÃO, 2014)

Foi possível perceber, durante a realização da pesquisa, alguns aspectos relativos, como: a diversificação gastronômica, que oferece desde comidas típicas, regionais e locais até comidas orientais e ocidentais, assim como, a excelente gestão de cada empreendimento pesquisado.

O Cantina D'Itália atrai seus clientes com a bela gastronomia italiana de forma bem especial, as massas. O Galha Azul com churrascos, sushi e muitas opções de vinhos. O Restaurante O Dragão dispõe de variadas opções de comidas Orientais, Chinesas e Japonesas.

O Grelhado Aracaju Praia Hotel possui como principal característica e atrativo o café da manhã com comidas regionais, com predomínio da comida nordestina. Já o Pitu com Pirão da Eliane oferece muitas opções de pratos regionais com frutos bem variados, os mariscos, por exemplo, se destaca como principal atrativo do empreendimento.

Baseado nas informações obtidas por meio do questionário de pesquisa aplicado aos turistas observou-se que a motivação que os levou a escolher os empreendimentos desse trecho foi à diversidade gastronômica e a localização, considerada de fácil acesso.

Tais opções acabam atraindo um perfil de público visitante bem variado, compreendendo desde o turista até o morador local, abrangendo diferentes faixas etárias e condições socioeconômicas. Alguns visitantes que possuem um poder aquisitivo mais elevado usufruem dos diversos serviços prestados por esses empreendimentos, pois a oferta varia conforme o gosto e a capacidade financeira de cada um.

A cultura gastronômica oferece informações importantíssimas sobre um grupo étnico, do qual a comida não é apenas o alimento, mas revela um modo e um estilo. Da mesma forma, o modo de comer define não só aquilo que se come, mas também a pessoa que o ingere, ou seja, revela sua origem, seus hábitos e costumes. (CORNER, 2003)

O ato de comer cristaliza identidades culturais e oferece informações sobre a organização e a estrutura da sociedade. O estudo a respeito dos ingredientes empregados reporta à História, às invasões sofridas, a colonização, a cultura praticada, o clima, o solo, enfim revela as memórias do povo. (CORNER, 2003)

5. Algumas considerações

Realizar esta pesquisa na disciplina de Gestão de Alimentos & Bebidas foi de fundamental importância para o processo de formação, assim como um excelente exercício prático da disciplina, pois possibilitou aos alunos entender na prática as teorias discutidas e apresentadas em sala de aula. Como recurso didático pedagógico, associar a prática e teoria é sempre uma excelente ferramenta para o aprendizado dos alunos.

Como objeto de estudo o trecho que compreende o Oceanário ao Monumento da Nacionalidade apresentou uma diversidade gastronômica para os visitantes e turistas que frequentam a Orla e foi possível perceber também, que é necessário dispor de um valor direcionado para a alimentação, pois os preços dos restaurantes pesquisados variam de pratos

a la cart e rodízios, variando entre R\$30,00 a R\$60,00 em média de gasto por pessoa, o que acaba definindo um perfil de visitante local também.

Outro aspecto interessante da análise é que neste trecho da Orla os visitantes e turistas conseguem escolher desde a culinária internacional até a opção regional, o que facilita ao paladar e a proximidade das atrações da Orla, como os lagos, o parque para crianças, que é o Mundo da Criança e alguns hotéis. Tal facilidade faz com que tais empreendimentos estejam sempre com um bom fluxo turístico e que o visitante possa optar pela melhor oportunidade culinária para aquele momento em que ele se encontra.

Entendendo que associar custo, benefício, acesso e diversidade fazem com que o turista e visitante possam utilizar o espaço Orla com maior frequência e que possam associar diversas atividades, que não só o lazer, mas também a alimentação como uma atividade prazerosa em seu dia a dia.

6. Referencial bibliográfico

ARAÚJO, Wilma Maria Coelho et. Al. **Da alimentação à gastronomia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005. (Coleção Turismo, Hotelaria e Gastronomia).

BIZZOCCHI, Aldo. **Anatomia da cultura**: uma nova visão sobre ciência, arte, religião, esporte e técnica. São Paulo: Palas Athena, 2003.

CASASOLA, Luís. **Turismo y ambiente**. México: Ed. Trillas, 1983.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2004.

CORNER, Dolores M. Rodriguez. **Gastronomia: patrimônio e identidade cultural**. in Revista Eletrônica Turismo & Hospitalidade, São Paulo, vol 01 - setembro de 2003, pesquisado em 26 de abril de 2009.

_____. **A gastronomia como atrativo no turismo cultural**. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 5./Seminário da ANPTUR, 3., 2006, Caxias do Sul (Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 7 e 8 de junho de 2006).

DENCKER, Ada Freitas Manetti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 2.ed. São Paulo: Futura, 1998.

GIMENES, M. H. S. G. **Patrimônio gastronômico, patrimônio turístico**: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 5./Seminário da ANPTUR, 3., 2006, Caxias do Sul (Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 7 e 8 de junho de 2006).

MACIAN, Luiz Fernando. **Sabores da Cozinha Brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 2004.

MARTINS, Clerton. **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Roca, 2003.

NETO, Ernani Coelho; AZEVEDO, Marcelo. **Turismo, imagem territorial e gastronomia:** o valor simbólico da comida na atratividade de destinos turísticos brasileiros, disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit>, Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, pesquisada em 11 de janeiro de 2012.

OLIVEIRA, Simão. **La importancia de la gastronomía en el turismo:** un ejemplo de Mealhada — Portugal. *Estúdios y Perspectivas em Turismo*, Buenos Aires, v.16, n.º 3, p. 261-282, jul/set. 2007.

ROCHA, Delfina. **Sabores e Saberes do Ceará:** Arte culinária. Fortaleza: Editora do Autor, 2003.

SCHUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003 (Coleção ABC do Turismo).